SEÑORA PRESIDENTA.- Habiendo número, está abierta la sesión.

(Es la hora 12 y 10 minutos.)

En nombre de la Comisión de Salud Pública del Senado, doy la bienvenida a los representantes de la Compañía British American Tobacco del Uruguay, al tiempo que les informo que disponen de, aproximadamente, 20 minutos para hacer su exposición.

Tiene la palabra el licenciado Darío Díaz.

SEÑOR DIAZ.- Agradezco a esta Comisión nos haya recibido en el día de hoy. Deseo aclarar que me acompaña el señor Ignacio Pérez del Castillo, quien también es jerarca de nuestra Compañía.

Nuestra visita tiene como fin informar a esta honorable Comisión cuál es nuestro punto de vista sobre el tema tabaco y salud y cuáles son las medidas que hemos implementado -y que vamos a seguir llevando a cabo en forma voluntaria- en el Uruguay. También deseamos ponernos a disposición de este Cuerpo para colaborar en cualquier trabajo técnico que sea necesario hacer.

Muy brevemente, y tratando de hacer un excelente uso del tiempo, permítaseme indicar en qué consiste nuestra Compañía, cuyo nombre es British American Tobacco. Opera en 180 países del mundo y 81.000 personas trabajan para ella. Tiene 300 marcas y está presente en el mundo desde hace más de 100 años. En América Latina es líder en ventas. Se instaló en Uruguay en el año 1997. Tenemos una pequeña fábrica que genera trabajo en forma directa e indirecta; aproximadamente, 100 personas forman parte de nuestra Compañía. Fabrica localmente tres marcas: Lucky, Kent y Montana.

A continuación, me voy a referir a cuál es nuestra posición en cuanto al tema tabaco y salud y, fundamentalmente, a las medidas que estamos tratando de implementar y proponer. Creo que hoy la industria tabacalera no puede dejar de reconocer las expectativas de la sociedad. Nuestra Compañía ha respetado en el pasado, y lo sigue haciendo, los puntos de vista de la ciencia que, en la actualidad, es mucho más categórica con respecto a las enfermedades que produce el hábito de fumar. Pensamos que fumar es causa de enfermedades. Esto lo hemos hecho público desde el momento en que nos instalamos en el Uruguay. Aceptamos que fumar implica un riesgo para la salud y es por eso que pretendemos que quien tome la decisión de asumirlo, sea una persona adulta e informada. Siendo una industria legal que tiene derechos, también propiciamos las responsabilidades. Cuando hablo de que fumar es una libre decisión -aclaro que yo no lo hago y que, en cambio, mi señora sí- me refiero a nuestro deseo de que quien opte por fumar sea una persona adulta. Categóricamente, no queremos que un menor de edad fume. Esto no es un doble discurso. Lo aclaro porque, independientemente de cuál sea nuestro punto de vista, vamos a comentar qué estamos haciendo al respecto.

Concretamente, queremos que los menores de edad no tomen la decisión de fumar. Deseamos que una vez que la persona sea adulta, adopte la decisión en base a su libre albedrío. Pero para ello deberá estar bien informada. Por eso estamos a favor de una regulación sensata. Las cuatro áreas de mayor preocupación para nuestra Compañía en el tema de tabaco y salud en el Uruguay, son las siguientes. En primer lugar, los menores de edad que fuman. En segundo término, brindar información adecuada al consumidor. En tercer lugar, desarrollar productos potencialmente -subrayo este último término- menos dañinos a la salud. Y, en cuarto término, fumar en lugares públicos.

¿Qué es lo que estamos haciendo con respecto a la primer área crítica? Procuramos prevenir que los menores de edad no fumen. Sabemos que hay una gran discusión sobre cuál es el rol de la publicidad, independientemente de que hay más de 40 estudios en todo el mundo respecto a si dicha publicidad es o no el gatillo para que los menores de edad tomen la decisión de fumar. En Uruguay nuestra Compañía tiene un código de auto-regulación. Para dar un contexto, digamos que nuestro país hoy tiene legislación muy flexible en la publicidad de cigarrillos. Se puede publicitar en cualquier horario y medio sin ningún tipo de restricción, incluso en deportes. Lo que está haciendo nuestra Compañía -por supuesto que no es suficiente- es, como dije, auto-regularse. Por ejemplo, en la televisión se emite publicidad a partir de las 21 horas, pero nunca se hace en deportes, ya que nos parecería una contradicción estar auspiciando partidos de fútbol y, al mismo tiempo, reconocer las implicancias que tiene para la salud el fumar.

Como eso no es suficiente, a partir de enero de 2003, nuestra Compañía, en forma voluntaria -subrayo que esto se hará voluntariamente- dejará de hacer publicidad en Uruguay en todos aquellos medios en los que no se pueda asegurar que del otro lado haya una persona adulta. En buen criollo, nuestra Compañía va a dejar de hacer publicidad de cigarrillos en televisión, en radios, en periódicos y otros medios gráficos, en tanto una auditoría externa verifique que el 80% de los receptores sean adultos. Entre otras medidas, podemos mencionar que vamos a dejar de hacer publicidad en internet. De hecho, ya no la estamos poniendo en la vía pública dentro de un perímetro menor a 100 metros de un liceo o escuela.

Reitero que estas son algunas de las medidas que vamos a llevar a la práctica a partir de enero de 2003. Los señores Senadores se preguntarán por qué lo hacemos. No es una actividad de relaciones públicas. De hecho la ley en Uruguay no nos obliga a hacerlo. En realidad se trata de una campaña internacional que estamos instrumentando, a fin de asegurar que la comunicación llegue a una persona adulta. ¿Por qué lo hacemos? Porque como Compañía que ha operado en 180 mercados, en algunos de ellos durante más de 100 años, hemos aprendido de los errores del pasado. Hemos cometido errores y horrores. No queremos repetirlos. Hoy estamos presentes en Uruguay y hay una necesidad de toda la sociedad y, en particular, de los medios de comunicación, de que exista una regulación más sensata respecto a la venta del tabaco. Queremos dar el primer paso.

¿Qué está haciendo nuestro Compañía actualmente con respecto a la información al consumidor? En primer lugar, en cada paquete de cigarrillos que fabricamos figura un número telefónico 0800, a través del cual el consumidor puede obtener cualquier tipo de información sobre el tabaco y la salud. En segundo término, tenemos una página WEB pura y exclusivamente relativa a este tema, basada en la experiencia científica y donde no se hace publicidad de marca. En tercer lugar, se publica en cada paquete de

cigarrillos que se vende en Uruguay los contenidos de nicotina y alquitrán. Todo esto se hace en forma voluntaria, y a diferencia del resto de las compañías, que solamente lo publican una vez por año en dos diarios de pequeña circulación.

Nosotros queremos que el consumidor -por lo menos, el de nuestras marcas- conozca el significado de los términos nicotina y alquitrán.

En cuarto lugar, cada vez que tenemos oportunidad de prestarnos a la requisa periodística, lo hacemos. Como ustedes habrán visto -y también lo adjuntamos en la carpeta que trajimos- en forma voluntaria hemos tenido más de veinte notas en el término de un año y medio. También hemos hablado en televisión sobre el tema "Tabaco y Salud" y además hemos impreso un suplemento en el diario "El País" acerca de temas corporativos en el que en tres hojas tratamos el mismo tema. Podrán decir que esto es poco y que hay muchas cosas más que se pueden hacer, pero se trata de un área que estamos enfocando voluntariamente las tres Compañías que estamos en el Uruguay.

Otro punto crítico de preocupación de nuestra Compañía se refiere al desarrollo de productos potencialmente -y subrayo potencialmente- menos dañinos para la salud. Este tema es muy complejo y la hipótesis de nuestra Compañía así como de las otras multinacionales se ha enfocado hacia el contenido de nicotina y alquitrán. Por supuesto que este asunto resulta bastante sensible porque se puede sesgar al consumidor en el sentido de que fumando cigarrillos con menor contenido de nicotina y alquitrán correrá menos riesgo. La experiencia indica que no es así y eso lo estamos haciendo público en nuestra página de internet. Sin embargo, la corriente que se está lanzando en Europa y Estados Unidos es establecer un tope para contenidos de nicotina y alquitrán. Nosotros, en forma voluntaria, estamos ofreciendo al consumidor productos cada vez con menor contenido de nicotina y alquitrán, haciendo la salvedad que recién mencioné de si es o no menos riesgoso para la salud. Por otro lado en Estados Unidos se están desarrollando cigarrillos con menor contenido de nitrosaminas e hidrocarbonos aromáticos policíclicos, que son compuestos cancerígenos que se forman en el humo del cigarrillo. Esto recién está en una etapa de prueba y es prematuro decir si va a tener éxito comercial, pero son emprendimientos que está llevando adelante nuestra Compañía en Estados Unidos y que en algún momento, en tanto y en cuanto organizaciones como la FDA o la OMS los aprueben, estamos dispuestos a ponerlos a consideración del consumidor uruguayo.

¿Cuál es la agenda que vemos para el Uruguay en el tema tabaco y salud? Por supuesto que este es uno de los países con mayor prevalencia del hábito de fumar en términos per cápita, y esto ha sido materia de cobertura periodística en el último mes y medio. Es un país donde siempre se ha fumado y aún se sigue fumando mucho, pero creo que también hay que considerar la tendencia, la que nos indica que el mercado de venta de cigarrillos ha decrecido más de un veinte por ciento en dieciocho meses. Quizás también incida el hecho de que hay menos población adulta que fuma; en 1998 era un 34% y en el 2002 es un 32%.

En el marco del Acuerdo Mundial de Lucha Antitabaco que se está discutiendo en la ciudad de Ginebra, debemos recordar que en el Uruguay hay una agenda pendiente del marco regulatorio. Dentro de las áreas que mencioné y que seguramente también preocupa a los miembros de la Comisión, está el tema de los menores de edad fumadores. Si bien existe una ley que prohibe la venta de cigarrillos a menores de 18 años, hemos comprobado que esto no se cumple en la práctica, luego de realizar estudios mediante consultoras, cuyos resultados fueron acercados al doctor Leonardo Costa. En este tema también incide la publicidad, pero se trata de un área donde vamos a tomar medidas, independientemente de que surja una regulación. Cabe destacar que otra área de trabajo será las campañas en las escuelas.

Con respecto a la información al consumidor -que es el segundo punto crítico- creemos que las Compañías tabacaleras tienen un rol, ya que a nuestro juicio actualmente no está recibiendo información sobre tabaco, nicotina, alquitrán, entregas, etcétera.

No sé si es común que una empresa tabacalera pida una audiencia a la Comisión de Salud del Senado, pero nosotros quisimos romper con el paradigma de este país que dice que la industria tabacalera no puede hablar, no tiene que hablar y no tiene derecho a hablar. Pero pensamos que más importante que hablar y ser consistentes y abiertos con la comunicación, sería trascendente romper un segundo paradigma que dice que la industria tabacalera no puede hacer cosas, que la regulación en esta materia compete solamente al Estado. En este sentido fue que tomamos las medidas que profusamente ponemos a vuestra consideración -pueden verificar la autenticidad de lo que estamos diciendo- y esto también se lo hemos explicitado a la doctora Brundtland de la Organización Mundial de la Salud. Por supuesto que existen áreas en las que puede haber disenso, pero lo que queremos es romper paradigmas y creemos que en veinte meses que hemos estado abiertos a los medios de comunicación hemos dado pequeños pasos adelante en el camino correcto. Más allá de brindarles información, lo que queremos es -reitero- poner estas medidas a consideración de la Comisión. Lo mismo hemos hecho con el doctor Leonardo Costa y lo haríamos con cualquier otro decisor clave del Gobierno que esté preocupado por el tema tabaco y salud.

SEÑOR CID.- Voy a formular una pregunta sobre algo que creo ya mencionaron. ¿La única advertencia que figura en la cajilla de cigarrillos es la reglamentaria de que "Fumar es perjudicial para la salud", además del contenido de nicotina y alquitrán? ¿No figuran otras advertencias que expliciten aún más los alcances del perjuicio que esto acarrea para la salud?

SEÑOR DIAZ.- Efectivamente, cumplimos con la reglamentación actual y nuestras cajillas tienen impresa la leyenda "Fumar es perjudicial para la salud". Además, voluntariamente, ponemos en cada paquete los contenidos de nicotina y alquitrán. Por otra parte, dado que el paquete tiene ciertas limitaciones de espacio y que está muy contaminado con otro tipo de leyendas, preferimos poner a disposición del consumidor una línea 0800 para brindar información. Por supuesto que estamos considerando otras opciones, pero esa es nuestra manera de acercar información al consumidor en forma más eficiente.

SEÑOR RIESGO.- No sé si el señor Senador Cid apuntaba con su pregunta en la misma dirección que yo; supongo que sí. ¿La empresa no está pensando en la posibilidad de que la cajilla tenga impresa en una de sus caras una advertencia mucho más fuerte en cuanto al tema de la salud, tal como se hace actualmente en Brasil?

SEÑOR DIAZ.- Consideramos que hay nuevas formas de comunicar al consumidor los riesgos para su salud. Analizando el tema de Brasil dentro de un contexto -aclaro que no estamos a favor ni en contra- debemos decir que ese país ha comenzado con esa práctica hace muy poco, por lo que habría que hacer una evaluación para ver si esa medida tomada por el Gobierno brasileño ha sido o no eficiente. Cabe destacar que Canadá desde hace un par de años realiza ese tipo de advertencias en las cajillas.

No obstante, nuestros indicadores o las estadísticas nos enseñan que a pesar de ello, por lo menos en los menores de edad, la tendencia a fumar ha crecido en Canadá. Mercados más restrictivos que Canadá o Brasil en temas de tabaco y salud, como Europa o Estados Unidos, no han optado por ese camino.

Por lo tanto, en nombre de la compañía, le respondo al señor Senador que sí estamos a favor de informar al consumidor y de realizar campañas de concientización, pero no tenemos una posición fijada con respecto a las cajillas; sí debemos decir que existen distintas opciones en el mundo.

SEÑOR RIESGO.- Simplemente, quisiera dejar una constancia frente a nuestros visitantes. Creo que soy el único fumador de la Comisión y acepto lo que se me dice en cuanto a que la persona es libre de elegir fumar o no, pero creo que habría que ir mucho más allá de ello, donde quizás ustedes no estén comprendidos y nosotros sí. A mi entender, los peligros del tabaco u otras áreas que podríamos analizar tendrían que ser estudiados en la escuela y en secundaria, para que después las personas, en su mayoría de edad, hagan su elección libremente, sabiendo cuáles son los problemas que pueden tener en el futuro. Estoy convencido de que a nivel educativo debería figurar el tema del tabaco, así como otros temas que ahora no vienen al caso.

Nuestro invitado habló de determinados elementos que son cancerígenos. Cuando dicen que los utilizan -así consta en la versión taquigráfica- de hecho, están reconociendo que el cigarro es cancerígeno.

SEÑOR DIAZ.- Lo que dije fue que nosotros no colocamos productos cancerígenos. Por la combustión incompleta del tabaco se producen -como puede ocurrir en cualquier otro tipo de consumo masivo, como el asado- nitrosaminas o benzopirenos, que son sustancias cancerígenas. No se trata de que nuestra compañía las incorpore, sino que -lamentablemente- se producen en la combustión incompleta del tabaco.

Si el señor Senador me pregunta, concretamente, si el fumar es causa de cáncer, en nombre de la compañía tabacalera British American Tobacco Uruguay, debo decir que el fumar puede producir cáncer. Lamentablemente, hoy la ciencia en base a estudios epidemiológicos no puede decir por qué uno sólo de cada diez fumadores adultos de Estados Unidos contrae cáncer de pulmón y nueve no. A la fecha, la ciencia no ha expresado por qué algunas personas -que son la minoría- desarrollan la enfermedad y otras no. Sí, el fumar puede producir cáncer y ello figura en nuestra página de Internet y en reportajes que nos han hecho; es causa de enfermedades coronarias, de enfisemas pulmonares.

Volviendo al punto que planteaba el señor Senador con respecto a la educación sobre este tema, quisiera decir que la cuestión de los menores de edad, fundamentalmente, pasa por la enseñanza en los liceos. A continuación, voy a demostrar una evidencia que olvidé mencionar en el tiempo en que transcurrió mi alocución. Como compañía tabacalera hemos desarrollado una campaña en Europa, en el canal MTV, que es, preferentemente, de adolescentes. Esa campaña se complementa con las acciones de los gobiernos locales en Europa que aplican la educación en las escuelas. En esa campaña no aparece BAT, sino una página de Internet para no fumar o dejar de fumar. Cabe aclarar que la campaña fue financiada por BAT y otras dos compañías. En concreto, está dirigida a un chico menor de edad que se encuentra en una actitud cotidiana, patinando sobre un "skate" o bailando, a quien se le dice que puede estar "cool", ser inteligente, vivo, sin necesidad de fumar. Reitero que ello se hizo en forma complementaria con la educación a nivel de las escuelas. Esa campaña se realizó aquí, en Uruguay, no hace mucho tiempo y absolutamente nadie vinculó que había sido financiada por la British American Tobacco y otras dos compañías. Por supuesto que ese es un hecho aislado y ahora estamos evaluando si sirve o no, pero los señores Senadores me pueden decir que si a un joven se le incita a algo prohibido, él lo va a buscar. No estamos diciendo eso en el mensaje, sino que puede ser una persona viva o ganadora en la vida sin necesidad de fumar a los 14 o 15 años.

Esa es una evidencia de las cosas que se pueden hacer, además de lo que menciona el señor Senador. La industria puede, con creatividad y financiamiento, ayudar a las autoridades con campañas profundas y serias, realizando evaluaciones que sean fiscalizadas por autoridades u organismos como el INAME. Sin ninguna duda, estoy de acuerdo con el señor Senador Riesgo en cuanto a que aquí hay un área para trabajar.

SEÑORA PRESIDENTA.- En nombre de los miembros de la Comisión, agradecemos la presencia de los representantes de la British American Tobacco, así como el material que han puesto a nuestra disposición.

(Se retiran de Sala los representantes de la British American Tobacco.)